



Kulturentwicklungsplan Iserlohn
Arbeitsgruppe II: Jugendkultur / Kultur für die Jugend
Ergebnisprotokoll

Sitzung 1 am 15.08.2022 (digital)

Im Mittelpunkt stand die Frage, wie Jugendliche besser in gesellschaftliche Prozesse eingebunden werden können und wie man sie motiviert, sich auch stärker in Projekte wie den Kulturentwicklungsplan und andere Teilhabeplattformen einzubringen.

Frage: Wie erreicht man die Zielgruppe Jugendliche? Wo sind Barrieren der Kommunikation?

- Präsenz- oder Hybridveranstaltungen sind besser als rein virtuelle Formate.
- Der Veranstaltungsort hat für Jugendliche eine sehr viel größere Bedeutung als für Erwachsene. Wo es möglich ist, sollte man daher mit den Formaten dort hingehen, wo die Jugendlichen sind und wo sie sich wohl fühlen: Jugendzentren, Schulen, Vereine.
- Bei der Kommunikation über die Schulen macht es Sinn, gezielt über Fachlehrer als Multiplikatoren zu gehen. Vorstellbar wäre z.B. auch eine Einbindung in den Schulunterricht (Politik)
- Die Kommunikation funktioniert am besten, wenn die Jugendlichen selbst als Multiplikatoren agieren. Hierzu macht es Sinn, die Kommunikationswege gemeinsam mit Jugendlichen zu entwickeln und zu gestalten.
- E-Mail ist als Kommunikationsmittel schwierig; besser: Social Media (z.B. WhatsApp).
- Abstrakte Themen sind für Jugendliche oft wenig greifbar. Besser ist es, Jugendliche über konkrete Vorhaben und Themen einzubinden, die für die Zielgruppe Relevanz haben.
- Die Teilnahme an Beteiligungsverfahren muss für die Jugendlichen einen klar erkennbaren Mehrwert haben.



- Bei komplexen Fragestellungen ist eine komplizierte, schwer verständliche Sprache häufig das Problem. Hier gilt es, verständlicher und einfacher zu kommunizieren.

Frage: Was ist Jugendlichen bei einem Kulturangebot wichtig?

Für Jugendliche ist das Gesamtpaket entscheidend; das Umfeld muss stimmen. Man will dahin, wo „schon was los ist.“ Deshalb zieht es junge Menschen häufig in die größeren Städte, wo durch das gastronomische Angebot und durch die attraktiven Ladenöffnungszeiten ohnehin mehr Leben ist.

Jugendliche unterscheiden auch nicht so stark zwischen kulturellen, sportlichen und kommerziellen Angeboten. Als interessante Angebote wurden Paintball, eine Trampolinhalle, LaserTag-Veranstaltungen oder Poetry Slams genannt. Kulturelle Angebote mit Trendsportarten oder einer Party zu verbinden könnte funktionieren.

Frage: Wie kommt die Veranstaltungsinformation bei den Jugendlichen an?

Generell gilt hierzu das gleiche wie für die Frage nach der stärkeren Einbindung in Prozesse und Projekte: Die Sprache muss stimmen und die Kommunikationswege / Kanäle müssen auf die Zielgruppe abgestimmt sein.

Weitere Punkte:

- Zeitung funktioniert als Medium definitiv nicht.
- Bei der Kommunikation über Social Media ist darauf zu achten, dass die Kanäle „richtig“ und authentisch bespielt sind, also in der richtigen Tonalität, Häufigkeit und mit interessanten, lebendigen Inhalten. Gerade Kultureinrichtungen gehen hier oft mit einem zu konservativen Ansatz heran.

Insgesamt wurde eine größere Kreativität bei der Auswahl und Gestaltung von Kommunikationswegen und Angeboten angeregt.



Sitzung 2 am 07.09.2022 (Präsenzveranstaltung im Kinder- und Jugendbüro)

Die Jugendlichen stellten ihr Konzept eines **Jugendkulturcafés** vor, eine Idee, die bereits auf das Jahr 2010 zurückgeht und zwischenzeitlich schon in der dritten Generation von jungen Iserlohner:innen mit Vehemenz und zunehmend auch Frust über den schleppenden Fortschritt vorangetrieben wird. Das Projekt wurde mehrfach im Jugendhilfeausschuss präsentiert und stand eigentlich als Maßnahme im Jugendentwicklungsplan 2015 – 2021. Nachdem im Jahr 2020 ein knappes Dutzend Ladenlokale in der Iserlohner Innenstadt ergebnislos besichtigt wurden, favorisieren die Jugendlichen aktuell die **Realisierung in den Räumen des Kinder- und Jugendbüros**. Dafür sind **Umbaumaßnahmen** notwendig, insbesondere die Öffnung des Kinder- und Jugendbüros zur Straße hin, um Barrierefreiheit zu gewährleisten. Weiterhin wird eine **pädagogische Begleitung** benötigt, die sich insbesondere um die Aufgabenbereiche Buchhaltung, Einkauf und Kooperationen kümmert.

Zentrale Parameter für das Jugendkulturcafé sind aus Sicht der Jugendlichen:

Lage / Umfeld

- Zentrale Lage, gut erreichbar
- Von außen einsehbar

Ausstattung / Ambiente

- Moderne Ausstattung (Internet, Ladeanschlüsse, etc.)
- Freundlich gestaltet
- Genügend Platz
- Bühne für Talentshows (Poetry Slam, Gesang, Kino, Konzerte)

Konzeptionelles

- Angemessene Preise für Jugendliche
- Kein Konsumzwang
- Konzeptionelle Eigenverantwortung der Jugendlichen
- Soll ein Ort sein, an dem niemand ausgeschlossen wird.

Programm

- 1 x pro Monat kulturellen Tag mit Essen, Musik, Kultur



- Open Mike-Programme wie zum Beispiel Poetry Slam, bei denen jede:r, der/die möchte ein Angebot gestalten kann.
- Öffnungszeiten: mindestens 3 Abende pro Woche (auf jeden Fall Freitag und Samstag)
- Soll unterschiedliche Jugendliche ansprechen
- Zielgruppe sind junge Erwachsene von 14 bis 27 Jahren

Sitzung 3 am 12.09.22 (digital)

Nachdem die zweite Sitzung der Arbeitsgruppe ausschließlich dem Jugendkulturcafé als Schwerpunktprojekt gewidmet war, sollte die dritte Sitzung sich mit den Jugendangeboten der Iserlohner Kultureinrichtungen beschäftigen. Das Parktheater und das Schauspielensemble stellten hier jeweils kurz ihr Engagement im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit vor. Wie bereits in der ersten Sitzung wurde hier sehr viel über die richtigen Kommunikationswege diskutiert.

Weiteres Feedback der Jugendlichen:

- Jugendliche fühlen sich in den Theatervorstellungen nicht zugehörig / nicht willkommen.
- Das Ambiente des Parktheaters ist zu vornehm; die Räume werden als Räume von Erwachsenen für Erwachsene wahrgenommen.
- Die Angebote erreichen die Jugendlichen nicht.
- Die Kommunikation über die Schulen funktioniert oft nicht, da Lehrer die Angebote nicht weiterleiten.
- Die Themen sind nicht ansprechend.

Lösungsvorschläge

- 1-2 Räume bewusst anders gestalten, um junge Erwachsene anzusprechen
- Vorstellung des Programms im Jugendkulturcafé
- Jugendliche stärker in den Probenprozess einbeziehen, Einblicke hinter die Kulissen ermöglichen
- Etablieren eines „Theatertags“ an den Schulen, um die Theater vorzustellen



- Stoßrichtung sollte nicht sein, Jugendliche zu Theaterinteressenten zu machen, sondern das Theater für Jugendliche interessant zu machen.
- mehr Angebote, bei denen Jugendliche selbst mitspielen und Kostüme oder Bühnenbild gestalten können
- Inhalte und Themen, die für Jugendliche interessant sind
- Statt mit Plakaten und Printmedien wie Flyern mehr mit QR-Codes arbeiten
- Jugendliche z.B. durch regelmäßige Online-Umfragen in die Programmgestaltung einbeziehen
- Den Austausch zwischen Kultureinrichtungen und jungen Erwachsenen systematisieren und verstetigen

Diese Lösungsvorschläge können so natürlich auch für andere Kultursparten übernommen oder angepasst werden. Es waren jedoch in der Sitzung nur Vertreter:innen des Theaterbereichs anwesend, weshalb hier ausschließlich auf diese Sparte eingegangen wurden.

Wichtig ist auch, Jugendliche nicht nur durch begleitende Vermittlungsaktivitäten an die Erwachsenenkultur heranzuführen, sondern insbesondere **kulturelle Angebote dezidiert für Jugendliche** zu schaffen.

Über die Angebote der Kultureinrichtungen hinaus ist es weiterhin wichtig, **Jugendkultur in Iserlohn allgemein zu fördern** (gutes Beispiel: Jugendkulturfestival im Parktheater) und vor allem den Unterschied zwischen „Kultur für Jugendliche“ und „Jugendkultur“ hervorzuheben.

Allgemein sollten Jugendliche viel stärker **konzeptionell eingebunden** werden.